EUROPA CINEMAS

NEWSLETTER N° 8 MAY 2005



Radu Mihaileanu

SOMMAIRE/SUMMARY

PAGE 1
3 questions à Radu Mihaileanu
3 questions to Radu Mihaileanu

PAGE 2-3
Le Label Europa Cinemas s'impose à travers l'Europe
The Europa Cinemas Label makes its mark across Europe

PAGE 4-5
Cinéma numerique / *Digital Cinema*
Bergman sur les routes de France
Bergman on the road in France
L'Europe accompagne la projection numérique
Europe introduces support measures for digital projection

PAGE 6-8
Films européens : L'aide aux pays hors MEDIA a bien démarré
European films : Successful launch of support to countries outside MEDIA

PAGE 9
Journée de l'Europe : Les nouveaux supports de diffusion au cœur des discussions
Europe Day: New communication channels at the heart of the debate

PAGE 10-11
Résultats 2004 : Le cinéma européen non national progresse dans le Réseau
2004 results : Non national European cinema increases in the Network
News

PAGE 12
Kaboul : Déjà un an de projections à l'Ariana !
Kabul : A year of screenings in the Ariana already !

EUROPA CINEMAS
54 rue Beaubourg, F 75003 Paris
Tél. 33 1 42 71 53 70
Fax. 33 1 42 71 47 55
http://www.europa-cinemas.org
Email : info@europa-cinemas.org

President :
Claude MILLER

General Director :
Claude-Eric POIROUX

Newsletter Editor :
Fatima DJOUMER

Deputy Editor : Antoine TROTET
Authors : Anthony BOBEAU, Vincent LE LEURCH, Antoine TROTET, Jean-Baptiste SELLIEZ

Translation : Cinescript
Design : ça tourne - ★ Bronx

3 QUESTIONS À RADU MIHAILEANU

Vos films Train de vie et Va, vis et deviens sont traversés par la question des origines et des cultures. Comment vous ressentez-vous européen ?

Radu Mihaileanu : Je suis une Tour de Babel ambulante, né en Roumanie, Français depuis vingt-cinq ans, Juif ashkénaze, considéré étranger en france, français en Roumanie. Cela a été ma douleur et ma chance. Malgré moi, pour mon plus grand bonheur, j'ai été amené à abolir les frontières, à devenir un « transbahuté », un européen. Car il est vrai qu'à force d'être « jeté » ici et là, accueilli ici et là, je me suis demandé qui j'étais, quelle était ma place et si j'en avais une. J'ai pu me faire miennes plusieurs cultures : française, roumaine, russe, anglaise, italienne, espagnole, tchèque, etc. Je suis peut-être aussi devenu européen très tôt, lorsque, vivant en Roumanie, sous la dictature, comme enfermé dans une prison, je voyageais déjà partout... dans mes rêves. Qui pouvait m'arrêter ?

Aventure, émotions et réflexion se côtoient dans vos films. Est-ce la clé du succès auprès du public ?

Hélas, je n'ai pas la formule magique du succès. Si je l'avais, je serais riche, je la déposerais et louerais la licence à d'autres. Je n'ai pas de figures imposées mais il est vrai que j'aime faire voyager autant que j'aime voyager. Chaque sujet m'emmène ailleurs, auprès de gens différents. Le public paye cinq à dix euros pour voir d'abord un spectacle, pour vivre durant le temps d'une séance des émotions et des aventures plus fortes que celles de sa vie de tous les jours. Je pense que l'intelligence et la connaissance ne sont pas interdites d'écran. Tout être humain est capable de réflexion, de se poser des questions, de s'engager dans tout dialogue avec un film à condition qu'on ne le prive pas de ce qu'on lui a promis aussi : le spectacle, le vertige. On dit souvent qu'il n'y a que deux types de films : d'auteur ou commerciaux. J'ose croire qu'il y a un vaste territoire entre ces deux-là : le film commercial d'auteur, donc « grand public ». Nombre de réalisateurs l'ont admirablement prouvé avant moi : Costa-Gavras, Chaplin, Welles, Scorsese, Coppola, Almodovar, Tex Avery, etc.

Le Label Europa Cinemas a été attribué à Va, vis et deviens. Comment vous associez-vous au travail des exploitants ?

L'exploitation est le dernier chaînon d'un long travail (cinq ans pour *Va, vis et deviens*), rempli de doutes et d'espoirs. Ce sont les cent derniers mètres d'un marathon, on ne va pas s'arrêter aux portes du stade lorsqu'on a rêvé du finish pendant tout ce temps. Heureusement on ne court pas seul. Les exploitants sont nos précieux « passeurs », ceux qui offrent nos films et nous présentent leur public, qui devient aussi le nôtre. J'ai eu la chance de rencontrer des exploitants extraordinaires, habités d'un vrai amour pour le cinéma et d'un vrai talent. On croit souvent que l'exploitation n'est qu'une question de salle, de capacité, d'exposition... C'est en réalité une question de personnes et d'engagement. Lors d'une longue tournée, ville après ville, j'ai pris connaissance du travail qu'ils avaient effectué et apprécié les rencontres avec les spectateurs qui m'ont révélé des éléments inconnus en rapport avec mon sujet. Je le referai parce que je pense m'être fait de nombreux amis. Sans oublier l'énorme travail du distributeur, car souvent la clé du succès tient à la qualité des relations à l'intérieur de ce tandem distributeur-exploitant.

3 QUESTIONS TO RADU MIHAILEANU

Your films Train of Life and Live and Become are permeated by the questions of roots and cultures. In what way do you feel European ?

Radu Mihaileanu: I'm a walking Tower of Babel, born in Romania, French for twenty-five years now, an Ashkenazi Jew, seen as a foreigner in France, held to be French in Romania. That has constituted my pain and my opportunity. Despite myself and luckily for me, I was led to do away with borders, to become someone "traipsed about", a European. For it is true that by dint of being "cast" this way and that, welcomed here and there, I asked myself who I was, what my place was and if indeed I had one. I have been able to taste a whole host of cultures and make them my own: French, Romanian, Russian, English, Italian, Spanish, Czech etc. Perhaps I also became European very early on, when I was living in Romania under the dictatorship as if I were locked up in a prison, yet I already travelled everywhere ... in my dreams. Who could stop me?

Adventure, emotions and reflection rub shoulders in your films. Is that the key to your success with audiences?

Unfortunately I don't have a magic recipe for success. If I did, I would be rich, have it patented and rent out the licence to other people. I don't have any particular predetermined figures. However, it is true that I like to take people on a journey just as much as I like to travel. Each subject carries me somewhere else, takes me to different people. The audience pays five to ten euros first and foremost to see a spectacle, to experience during a screening stronger emotions and more exciting adventures than in their everyday lives. There is no law against intelligence and knowledge on the screen. Every human being is able to reflect, to ask questions, to engage in any type of dialogue with a film, provided that one does not fail to deliver what was promised too: spectacle, vertigo. People often claim that there are only two kinds of films: auteur films and commercial ones. I am so bold as to believe that a vast terrain lies between those two: the realm of the commercial auteur film, in other words for "mainstream audiences". A plethora of directors have given magnificent demonstrations of this before me: Costa-Gavras, Chaplin, Welles, Scorsese, Coppola, Almodovar, Tex Avery, etc.

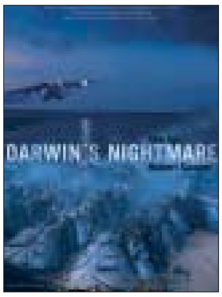
Live and Become won the Europa Cinemas Label. How do you become involved in exhibitors' work?

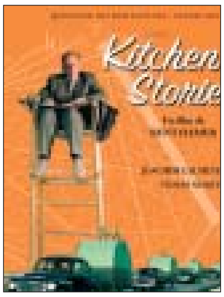
Exhibition is the last link in work that often goes on for a long time (five years for *Live and Become*), full of doubts and hopes. It's the last one hundred metres of a marathon. You're not going to stop at the entrance to the stadium while all this time you've been dreaming of the finish. Luckily you're not running on your own. Exhibitors become our invaluable "ferrymen"; they're the ones who offer our films and introduce us to their audiences, who thus become our audiences too. I was lucky enough to meet extraordinary exhibitors, with a real love of cinema and genuine talent. People often believe that the factors that matter in exhibition are simply which film theatre it is, the capacity, the exposure. The crux of the matter is people and engagement. City after city, during a long tour, I found out about the work that they had been doing and also appreciated meeting the audiences; they made me revealed aspects I was unfamiliar with in relation to my subject. I would repeat that tour because I think I did make some friends. One can't forget the enormous amount of work done by the distributor. The key to success often lies in how well the pair distributor-exhibitor functions together.

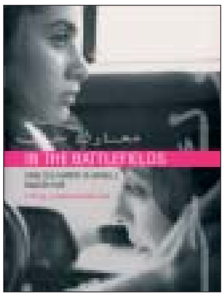
Le Label Europa Cinemas s'impose à travers l'Europe
The Europa Cinemas Label makes its mark across Europe

Lancé dans le cadre de la Quinzaine des Réalisateurs à Cannes en 2003, le Label Europa Cinemas est devenu aujourd'hui le partenaire des plus grands festivals européens, de Berlin à Venise. Six films ont ainsi été distingués par des jurys d'exploitants d'Europa Cinemas au cours des deux dernières années. Ils ont tous connu une carrière privilégiée dans les salles du réseau.

Après deux ans d'existence, le Label Europa Cinemas s'est imposé dans les principales manifestations cinématographiques en Europe. Inauguré en mai 2003 à la Quinzaine des Réalisateurs à Cannes, il a été étendu aux Giornate degli Autori à Venise en septembre 2004 et plus récemment à la section Panorama du Festival de Berlin. Dans sa logique constante de favoriser la circulation des films, Europa Cinemas a mis en place un nouveau mécanisme qui met en valeur la richesse et la diversité du cinéma européen. "Nous avons choisi de constituer des jurys d'exploitants membres du réseau, car ce sont eux les mieux placés pour attirer l'attention sur un film, explique Claude-Eric Poiroux, Directeur Général d'Europa Cinemas. Ils savent mieux que quiconque détecter en amont le potentiel d'un film, d'autant plus qu'ils auront à le défendre ensuite dans leurs salles". Les films qui ont bénéficié du Label viennent de toute l'Europe et même des pays de la Méditerranée. Deux films français, un norvégien, un autrichien, un britannique et une coproduction franco-libanaise ont ainsi été récompensés par les exploitants du réseau. Du documentaire





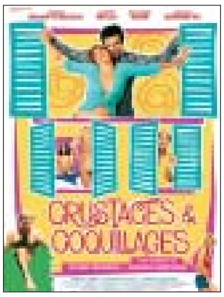


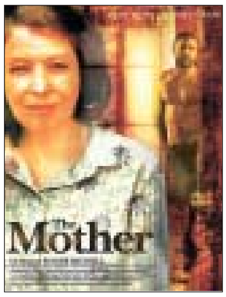
à la comédie en passant par le drame, ils témoignent de la diversité des genres. *Kitchen Stories* de Bent Hamer (Norvège) et *The Mother* de Roger Michell (Royaume-Uni) ont été les deux premiers films à recevoir le Label à la Quinzaine des Réalisateurs en 2003. Un an plus tard, dans cette même manifestation, c'était au tour de *Dans les champs de bataille* de Danielle Arbid (France/Liban/Belgique) d'être récompensé. En septembre 2004, *Le Cauchemar de Darwin* d'Hubert Sauper (Autriche/France/ Belgique) a été distingué à Venise. Il convient ici de noter la pertinence du choix des exploitants du réseau qui a été entériné par le Prix du meilleur documentaire à Barcelone en décembre 2004 lors des European Film Awards. Cette année, le Label a été remis à l'issue du Festival de Berlin à *Va, vis et deviens* de Radu Mihaileanu (France) et à *Crustacés et Coquillages* de Jacques Martineau et Olivier Ducastel (France). Il sera reconduit à Cannes en mai 2005. Au-delà de la distinction qu'il apporte aux films, le Label Europa Cinemas profite tant aux distributeurs qu'aux exploitants. Les premiers savent qu'ils peuvent s'appuyer sur les salles du réseau pour assurer une carrière sur la longueur à leur film et ils n'hésitent plus à mentionner le Label au cours de la promotion (affiche, bandes-annonce et générique), et les seconds profitent d'un bonus à partir de la deuxième semaine d'exploitation, sous réserve - bien sûr - d'un certain nombre de séances. Ainsi, chaque partie est gagnante à la sortie du film. Julie Tibodot, responsable de la programmation de Memento Films, confie ainsi qu'elle s'est appuyée sur les salles Europa Cinemas pour la sortie française de *Dans les champs de bataille* en décembre dernier. Les chiffres parlent d'ailleurs d'eux-mêmes. *Kitchen Stories* est sorti ainsi dans 20 pays dont 16 pays MEDIA. Le film de Bent Hamer a réalisé 220 000 entrées. Au Royaume-Uni, 80% des entrées reviennent aux salles du réseau, 72% en Belgique et 61% en Allemagne. Le constat est le même pour *The Mother*. Le film de Roger Michell a été programmé dans 20 pays dont 14 pays MEDIA. Il a attiré 310 000 spectateur. En Allemagne, 86% des entrées reviennent aux salles du réseau Europa Cinemas, 63% en Italie et 44% en France.

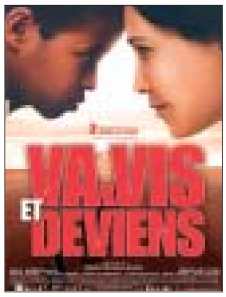
L'exemple le plus emblématique de la réussite du Label Europa Cinemas est peut-être Le *Cauchemar de Darwin*. Le film d'Hubert Sauper est déjà sorti dans quatre pays (Allemagne, Autriche, Belgique et France) et il est attendu en mai en Espagne, puis en Italie et au Portugal. En Autriche, le film était encore programmé dans quatre salles du réseau en douzième semaine. Il demeurait aussi à l'affiche de 10 salles en Allemagne après quatre semaines d'exploitation. Et c'est en France où il est distribué par Ad Vitam qu'il connaît son plus gros succès. Ce documentaire impressionnant sur les ravages de la mondialisation en Afrique est sorti le 2 mars 2005 dans 24 salles dont 15 du réseau. Il a tout de suite emporté l'adhésion du public avec 23 000 entrées en première semaine. Fort de ce démarrage, son distributeur a porté sa combinaison à 30 salles dont 14 du réseau. Le succès étant croissant, le film était programmé dans 60 salles en septième semaine. Parmi elles, 19 étaient membres d'Europa Cinemas et certaines le projetaient depuis sa sortie. Au 4 mai 2005, *Le Cauchemar de Darwin* totalisait plus de 200 000 entrées en France. Sa carrière est loin d'être terminée comme en témoigne la stabilité de ses entrées. En sixième semaine, celles-ci ont même fait un bond spectaculaire de 32% par rapport à la semaine précédente.

Launched during Directors' Fortnight at Cannes in 2003, the Europa Cinemas Label has now become a partner of the most important European festivals from Berlin to Venice. Over the last two years, six films have been selected by juries made up of Europa Cinemas exhibitors. The films all went on to enjoy special attention as part of the programme in film theatres from the network.

The Europa Cinemas Label, which has existed for two years already, has carved out a niche for itself at the most important events in the European film world. After its launch in May 2003 during Directors' Fortnight at Cannes, the award scheme was extended, first to include the Giornate degli Autori/Venice Days section at Venice in September 2004 and then, more recently, the Panorama section of the Berlin Film Festival. As part of its consistent logic of fostering screening of films as widely as possible, Europa Cinemas has established a new mechanism that highlights the richness and diversity of European cinema. "We decided to set up juries of exhibitors from the network, as they are best placed to draw attention to a film," explains Claude-Eric Poiroux, General Director of Europa Cinemas. "They are much better than anyone else at spotting a film's potential upstream, all the more so as they will then have to promote it in their film theatres." The films that have received the Label come from all over Europe and even from countries on the other side of the Mediterranean. Exhibitors from the network have given the award to two French films, one from Norway, one from Austria,







a British film and a French-Lebanese co-production. These works, which come from genres as different as documentary, comedy and drama, testify to the diversity of films being made in Europe. Bent Hamer's *Kitchen Stories* (Norway) and *The Mother* by Roger Michell (UK) were the first two films awarded with the Label at Directors' Fortnight in 2003. At the same event a year later, it was Danielle Arbid's turn for *In the Battlefields* (France/Lebanon/Belgium). In 2004, *Darwin's Nightmare* by Hubert Sauper (Austria/France/Belgium) won the award in Venice. It should be noted here that exhibitors in the network were spot on with this choice, for in December 2004 the film went on to win Best Documentary at the European Film Awards in Barcelona. At the end of the Berlin Film Festival this year the award went to *Mariscos Beach* by Jacques Martineau and Olivier Ducastel (France) and to *Live and Become* by Radu Mihaileanu (France). A further round of awards will follow at Cannes in May 2005. In addition to the recognition accorded to the films, the Europa Cinemas Label is just as helpful for both distributors and exhibitors. The former know that they can base their strategy on cinemas in the network to ensure their film performs well in the long-term and no longer have any reservations about mentioning the Label when promoting a film (poster, trailer and credits), whilst exhibitors benefit from a bonus after the second week of exhibition, provided – of course – that they ensure a certain number of screenings. That makes for a win-win situation for both parties when the film is released. Julie Tibodot, head of programming at Memento Films, explains in this context that she drew on Europa Cinemas film theatres for the French release of *In the Battlefields* last December. The figures really speak for themselves. *Kitchen Stories* was released in 20 countries including 16 MEDIA countries. Bent Hamer's film notched up 220,000 admissions; in the UK 80% of admissions were in cinemas in the network, whilst in Belgium network cinemas accounted for 72% and in Germany 61%. The same goes for *The Mother*. Roger Michell's film was included in programming schedules in 20 countries, including 14 MEDIA countries. It attracted 310,000 filmgoers. In Germany, 86% of the admissions were achieved in Europa Cinemas film theatres, whilst in Italy network cinemas saw 63% of total admissions and in France 44%.

Darwin's Nightmare provides perhaps the best illustration of the Europa Cinemas Label's success. Hubert Sauper's film has already been released in four countries (Germany, Austria, Belgium and France) and is scheduled for release in Spain in May, followed by Italy and Portugal. In Austria four network cinemas still had the film in their programme in its twelfth week. It was also still on screens in 10 film theatres in Germany after four weeks of exhibition. The film has enjoyed the greatest success in France, where it is distributed by Ad Vitam. This striking documentary on the ravages of globalisation in Africa was released on 2 March 2005 in 24 cinemas, 15 of which were Europa Cinemas members. It immediately drew in large audiences, with 23,000 admissions during the first week. Buoyed up by this launch, the distributor ratcheted up distribution to include 30 film theatres, 14 of which were in the Europa Cinemas network. Due to its growing success, the film was shown in 60 film theatres in its seventh week. 19 of these cinemas were Europa Cinemas members and some had been screening the film ever since its release. On 4 May 2005, *Darwin's Nightmare* had achieved more than 200,000 admissions in France. Its screen career is far from

★ LA CIRCULATION DU LABEL EUROPA CINEMA / *EUROPA CINEMAS LABEL – RELEASES*

QUINZAINE DES RÉALISATEURS 2003 (CANNES)
KITCHEN STORIES (Norvège) ★
20 pays dont 16 pays MEDIA
THE MOTHER (Royaume-Uni) ★
20 pays dont 14 pays MEDIA

QUINZAINE DES RÉALISATEURS 2004 (CANNES)
DANS LES CHAMPS DE BATAILLE (France/Liban/Belgique) ★
1 pays MEDIA

VENICE DAYS 2004 (VENISE)
LE CAUCHEMAR DE DARWIN (Autriche/France/ Belgique) ★
7 pays tous MEDIA

PANORAMA 2005 (BERLIN)
CRUSTACÉS ET COQUILLAGES (France) ★
10 pays tous MEDIA
VA, VIS ET DEVIENS (France) ★
24 pays dont 12 MEDIA

DIRECTORS' FORTNIGHT 2003 (CANNES)
★ KITCHEN STORIES (Norway)
20 countries including 16 MEDIA countries
★ THE MOTHER (United Kingdom)
20 countries including 14 MEDIA countries

DIRECTORS' FORTNIGHT 2004 (CANNES)
★ IN THE BATTLEFIELDS (France/Lebanon/Belgium)
1 MEDIA country

VENICE DAYS 2004 (VENICE)
★ DARWIN'S NIGHTMARE (Austria/France/Belgium)
7 countries, all MEDIA

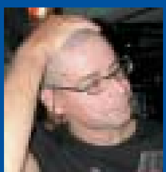
PANORAMA 2005 (BERLIN)
★ MARISCOS BEACH (France)
10 countries, all MEDIA
★ LIVE AND BECOME (France)
24 countries, including 12 MEDIA countries

Toutefois *Le Cauchemar de Darwin* n'est pas le seul film portant le Label Europa Cinemas à remporter un beau succès dans les salles.
Va, vis et deviens, récompensé à Berlin, vient juste de sortir en France et il a dépassé la barre des 200 000 entrées en seulement trois semaines. La performance est d'autant plus méritoire que le nombre de séances quotidiennes est limité en raison de la durée du film (2h30). Cette épopée qui retrace le destin incroyable d'un enfant éthiopien adopté par une famille israélienne a été distribuée dans les salles par Les Films du Losange. Cette société a choisi de jouer à la fois la carte des multiplexes et des salles indépendantes dont plusieurs sont membres d'Europa Cinemas. En première semaine, *Va, vis et deviens* était à l'affiche de moins de 100 salles, ce qui ne l'a pas empêché de réaliser près de 70 000 entrées. Grâce à l'ajout de copies supplémentaires, sa fréquentation s'est maintenue en deuxième et en troisième semaine. Le film est d'ores et déjà vendu dans 24 pays dont 12 MEDIA. Il doit d'ailleurs sortir le 20 mai 2005 en Italie avant de continuer sa carrière au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne, en Grèce et même au-delà de l'Europe au Brésil, au Mexique, au Canada et en Australie.
Il faut aussi mentionner les premiers résultats de *Crustacés et Coquillages* qui a attiré 150 000 spectateurs en France après avoir été distingué par les exploitants à Berlin. Cette comédie de Jacques Martineau et Olivier Ducastel est attendue le 8 juin 2005 en Belgique, le 21 juillet en Allemagne et le 28 octobre au Royaume-Uni.

over, as is demonstrated by the stable audience figures. During the sixth week admissions even shot up by a spectacular 32% compared with the previous week. However *Darwin's Nightmare* is not the only film with the Europa Cinemas Label that has been a big hit in film theatres.
Live and Become, one of the award-winning films in Berlin, has just been released in France, and overshot the 200,000 admissions benchmark in just three weeks. This performance is all the more impressive as the length of the film (2h30) limits the number of screenings per day. Les Films du Losange distributed this epic tale tracing the incredible fate of an Ethiopian child adopted by an Israeli family. The company chose to target both multiplexes and independent film theatres, several of which are Europa Cinemas members. During its first week, *Live and Become* was screened in at least 100 film theatres, which didn't stop it from achieving almost 70,000 admissions. As additional prints were made available, audience figures stayed at the same level in the second and third week. The film has now been sold to 24 countries, including 12 MEDIA countries. Release in Italy is scheduled for 20 May 2005, before the film goes on to the United Kingdom, Germany, Spain and Greece; it will even be released outside Europe, in Brazil, Mexico, Canada and Australia.
The initial results for *Mariscos Beach* also deserve a mention; it attracted 150,000 viewers in France after picking up the award from exhibitors in Berlin. This comedy by Jacques Martineau and Olivier Ducastel is scheduled for release on 8 June 2005 in Belgium, 21 July in Germany and 28 October in the United Kingdom.

★ LE LABEL EUROPA CINEMAS À LA QUINZAINE DES RÉALISATEURS 2005
THE EUROPA CINEMAS LABEL AT DIRECTORS' FORTNIGHT 2005

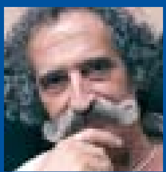
Fort de son succès, le Label Europa Cinemas est reconduit à la prochaine Quinzaine des Réalisateurs (du 12 au 22 mai). Cinq exploitants et distributeurs européens seront ainsi en charge de distinguer une œuvre européenne parmi celles sélectionnées par Olivier Père, délégué général de la Quinzaine des Réalisateurs, et son équipe.
Buoyed up by its success to date, the Europa Cinemas Label will be awarded again during the next Directors' Fortnight (May 12th - 22nd). Five European exhibitors and distributors will be responsible for choosing a European award-winner from the films selected by Olivier Père, Director of Directors' Fortnight, and his team.



Mika Siltala (Finland)
Fondateur du Helsinki Film Festival, Mika Siltala est depuis 10 ans à la tête de Cinema Mondo, le principal distributeur indépendant en Finlande (*Le fabuleux destin d'Amélie Poulain, La chambre du fils, Les Autres, Vera Drake, Le Pianiste et Monsieur Ibrahim et les fleurs du Coran*...). Il distribuera prochainement *La marche de l'empereur*, et *Don't Come Knocking* de Wim Wenders, en compétition à Cannes.
Il exploite également le cinéma Engel à Helsinki.
For the past ten years Mika Siltala, founder of the Helsinki Film Festival, has headed Cinema Mondo, the main independent distributor in Finland (*Amelie from Montmartre, The Son's Room, The Others, Vera Drake, The Pianist and Monsieur Ibrahim*...). He will soon be distributing *The Emperor's Journey*, and *Don't Come Knocking* by Wim Wenders, in competition in Cannes.
He also runs the cinema Engel in Helsinki.



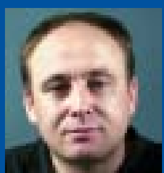
Maretta Dillon (Ireland)
Co-auteur du rapport « Developing Cultural Cinema in Ireland » en 2001, Maretta Dillon dirige l'organisation Access Cinema dont l'objectif est de favoriser la diffusion du cinéma en régions grâce à la mise en place d'un réseau de salles de proximité.
Co-author of the 2001 report "Developing Cultural Cinema in Ireland", Maretta Dillon is the director of Access Cinema, which aims to foster more cinema in the regions by setting up a network of local film theatres.



Claude Diouri (Belgium)
Après la restauration de films à la Cinémathèque Royale de Belgique, Claude Diouri a ensuite ouvert la salle du Styx à Bruxelles en 1968 à laquelle il a ajouté deux écrans huit ans plus tard. En 1990, il a repris les salles Actor's Studio, toujours dans la capitale belge. Il est aussi le fondateur de la société de distribution Coopérative Nouveau Cinéma en 1974 (*L'Homme sans passé, Los Lunes al sol, Exils, Son frère*...).
After restoring films at the Belgium Royal Film Archive, Claude Diouri opened up the film theatre Styx in Brussels in 1968, adding two further screens to the cinema eight years later. In 1990 he took on the Actor's Studio film theatre, also in the Belgian capital. Furthermore he founded the distribution company Coopérative Nouveau Cinéma in 1974 (*The Man Without a Past, Mondays in the sun, Exiles, His Brother*...).



Sophie Cassar (France)
Après des études en Sciences Politiques à Aix en Provence, Sophie Cassar a travaillé dans la production chez UGC Images et au service juridique d'Universal Pictures. Elle est aujourd'hui exploitante des complexes César et Variétés à Marseille.
After studying political science in Aix-en-Provence, Sophie Cassar worked in production at UGC Images and in Universal Pictures' legal service. She is now the exhibitor for the César and Variétés cinemas in Marseille.



Mark Cosgrove (UK)
Écossais d'origine, Mark Cosgrove est le responsable de la programmation du Watershed Media Center de Bristol, un ensemble culturel intégrant des salles de cinéma aujourd'hui considérées comme incontournables au Royaume-Uni. Il est aussi directeur du Brief Encounters Short Film Festival et membre de l'Association des exploitants indépendants.
Mark Cosgrove, who comes from a Scottish background, is Head of Programming at the Watershed Media Centre in Bristol, a cultural complex whose cinemas are one of the not-to-be missed venues for film fans in the UK. He is also the director of the Brief Encounters Short Film Festival and a member of the Association of Independent Exhibitors.

★ BERGMAN SUR LES ROUTES DE FRANCE / BERGMAN ON THE ROAD IN FRANCE

La sortie française du dernier film d'Ingmar Bergman a été l'occasion d'une expérience unique en Europe. Le maître suédois s'opposant au transfert en 35 mm de *Saraband*, son distributeur a choisi de le projeter en numérique. Il a donc organisé une tournée du film aux quatre coins de la France avec un projecteur déplacé de ville en ville. Les salles Europa Cinemas ont été parmi les premières à tenter l'aventure.

Alors que la projection numérique demeure au cœur des préoccupations des exploitants et des distributeurs, Ingmar Bergman a décidé que son dernier film ne serait pas exploité en 35 mm. *Saraband* ayant été tourné en numérique pour la télévision suédoise, le cinéaste craignait que le kinescopage ne soit pas fidèle à son œuvre. Rezo Films, qui devait le distribuer en France, a donc choisi de tenter l'aventure d'une projection numérique.
En juillet 2003, deux transferts en 35 mm ont été réalisés, mais aucun n'a satisfait Ingmar Bergman qui a alors décidé de ne pas sortir son film dans les salles. Le maître suédois a tout de même consenti à une projection numérique de *Saraband* au festival Premiers Plans d'Angers en janvier 2004. Suite au succès remporté par le film ce soir-là, Jeanne Moreau et Claude-Eric Poiroux ont adressé un courrier au cinéaste pour qu'il revienne sur sa décision. Après plusieurs mois de discussions, Rezo Films a finalement pu acquérir le film en novembre 2004. La diffusion à la télévision étant prévue quelques semaines plus tard, le distributeur a dû monter rapidement une sortie en numérique. Celle-ci a été rendue possible grâce au soutien de Barco (projecteurs), Digimages (postproduction numérique), LVT (laboratoire) et EVS (serveurs). Si deux salles parisiennes pouvaient présenter le film en numérique, il fallait cependant trouver d'autres écrans pour assurer une large diffusion de l'œuvre. Rezo Films a donc opté pour une projection itinérante à travers la France. L'opération a été baptisée « Bergman Tour ». Son principe était simple car il s'agissait de fournir le matériel aux exploitants en déplaçant un projecteur numérique DP30 d'une ville à l'autre toutes les deux semaines. L'installation coûtait 600 € à la salle qui accueillait le film.
La réalité a été plus complexe car une telle opération nécessitait une maintenance importante. D'autant plus qu'il fallait 48 heures pour déplacer un appareil très fragile. Il a aussi fallu gérer les demandes des exploitants qui étaient nombreux à vouloir le film. *Saraband* est d'abord sorti le 15 décembre 2004 dans quatre salles toutes membres d'Europa Cinemas : Balzac et Arlequin à Paris, Katorza à Nantes et Les Carmes à Orléans. Les deux salles parisiennes ont conservé le film près de deux mois à l'affiche. Il a ensuite continué sa carrière au Reflet Médicis dans le Quartier Latin.
En province, *Saraband* a été présenté dans 20 villes. D'ici fin mai, il était encore prévu à Châteauroux, Lille et Beauvais. Au total, 28 salles auront présenté le film qui devrait avoir été vu par près de 50 000 spectateurs.

SARABAND DANS LES SALLES FRANÇAISES
(en gras, les salles membres du réseau) :

★ **BALZAC, ARLEQUIN** et REFLET MÉDICIS à Paris
★ MÉLIÈS à Montreuil
★ **KATORZA** à Nantes
★ **LES CARMES** à Orléans
★ KINEPOLIS à Lomme
★ NEF CHAVANT à Grenoble
★ **STAR** à Strasbourg
★ **UTOPIA** à Toulouse, Bordeaux et Saint-Ouen
★ **TNB** à Rennes
★ **MÉLIÈS** à Pau
★ **MAZARIN** à Aix-en-Provence
★ RIALTO à Nice
★ **DIAGONALE** à Montpellier
★ LA COURSIVE à La Rochelle
★ SCÈNE NATIONALE à Poitiers
★ LES ALIZÉS à Bron
★ **CAMÉO** à Nancy
★ **BEL AIR** à Mulhouse
★ MAISON DE LA CULTURE à Bourges
★ APOLLO à Chartres
★ **MÉTROPOLE** à Lille
★ CINESPACE à Beauvais
★ LE MELVILLE à Rouen


SARABAND


SARABAND

The French release of Ingmar Bergman's latest film was marked by an experiment never before attempted in Europe. As the Swedish master objected to *Saraband* being transferred to 35 mm, the distributor has opted for digital screenings. The distributor has therefore organised for the film to tour the length and breadth of France with a projector travelling from town to town. Europa Cinemas film theatres have been among the first to pick up the gauntlet.

At a time when digital projection is one of the key concerns for exhibitors and distributors, Ingmar Bergman has decided not to exhibit his latest film in 35 mm. As *Saraband* was shot in digital for Swedish television, the filmmaker feared that a kinescope recording would not produce a faithful rendition of his work. So Rezo Films, which was scheduled to distribute the film in France, has decided to try out digital projection.
Two transfers to 35 mm were carried out in July 2003, but Ingmar Bergman was not happy with either of these and subsequently decided against the release of his film in theatres. The Swedish master nonetheless agreed to a digital screening of *Saraband* at the Premiers Plans Film Festival in Angers in January 2004. Following this film's screening success, Jeanne Moreau and Claude-Eric Poiroux wrote to the filmmaker asking him to reconsider his decision. After several months of discussions, Rezo Films finally acquired the film in November 2004. As the television broadcast was scheduled for several weeks later, the distributor had to organise digital release quickly. This was possible thanks to support from Barco (projectors), Digimages (digital post-production), LVT (laboratory) and EVS (servers). While two Paris film theatres were able to screen the film digitally, additional film theatres still had to be found to ensure the film could be shown widely. Rezo Films therefore opted for a travelling programme of screenings across France. The operation was christened "The Bergman Tour". The underlying idea was straightforward and involved supplying the equipment to exhibitors by moving a digital projector DP30 from one town to the next every fortnight. The digital infrastructure cost the theatre screening the film 600 €.
In reality, the scheme proved a lot more complex because an operation of this kind involved a great deal of technical back-up, all the more so as it took 48 hours to move a highly fragile piece of equipment. The demand side called for considerable management too, as many exhibitors were keen to show the film. *Saraband* was released on 15 December 2004, initially in four film theatres, all of them members of Europa Cinemas: Balzac and Arlequin in Paris, Katorza in Nantes and Les Carmes in Orleans. The two Paris film theatres showed the film for nearly two months. It then moved on to the Reflet Médicis cinema in the Latin Quarter. *Saraband* has also been screened in 20 towns across France. Between now and the end of May it is due to be shown in Châteauroux, Lille and Beauvais. By the end of the tour the film will have been screened in 28 theatres and been seen by nearly 50,000 filmgoers.

SARABAND IN FRENCH FILM THEATRES
(network members in bold):

★ **BALZAC, ARLEQUIN** and REFLET MÉDICIS in Paris
★ MÉLIÈS in Montreuil
★ **KATORZA** in Nantes
★ **LES CARMES** in Orléans
★ KINEPOLIS in Lomme
★ NEF CHAVANT in Grenoble
★ **STAR** in Strasbourg
★ **UTOPIA** in Toulouse, Bordeaux and Saint-Ouen
★ **TNB** in Rennes
★ **MÉLIÈS** in Pau
★ **MAZARIN** in Aix-en-Provence
★ RIALTO in Nice
★ **DIAGONALE** in Montpellier
★ LA COURSIVE in La Rochelle
★ SCÈNE NATIONALE in Poitiers
★ LES ALIZÉS in Bron
★ **CAMÉO** in Nancy
★ **BEL AIR** in Mulhouse
★ MAISON DE LA CULTURE in Bourges
★ APOLLO in Chartres
★ **MÉTROPOLE** in Lille
★ CINESPACE in Beauvais
★ LE MELVILLE in Rouen

L'Europe accompagne la projection numérique

Tandis que certains exploitants expérimentent la projection numérique dans leurs salles, le Programme MEDIA et Europa Cinemas ont choisi d'accompagner le développement de cette nouvelle technologie en informant les professionnels et en soutenant les films européens projetés dans ce format.

L'expérience française de *Saraband* a eu le mérite de prouver que la projection numérique n'était pas réservée aux seules salles des multiplexes et aux seules grosses productions américaines. Le cinéma européen peut aussi profiter de cette nouvelle technologie pour améliorer sa circulation. Dans un contexte incertain où chaque professionnel se demande qui de l'exploitant ou du distributeur sera celui qui impulsera le passage du 35 mm à la projection numérique, l'Europe a choisi d'accompagner cette dernière. Le Programme MEDIA et Europa Cinemas ont ainsi décidé de soutenir les films européens projetés en numérique et d'informer le mieux possible les exploitants sur cette technologie. Claude-Eric Poiroux précise néanmoins " qu'il ne s'agit pas de soutenir l'équipement en numérique mais bien la diffusion des films ". Et d'ajouter que " cette démarche est en parfaite adéquation avec la mission d'origine d'Europa Cinemas ".

Le soutien se fera en fonction d'un nombre minimum de séances, soit 30 séances pour au moins deux films européens. Il ne pourra pas dépasser 20 Euros par séance et il sera plafonné à 7 500 Euros par an et par salle. Il est aussi prévu que les salles pouvant bénéficier du soutien soient implantées dans l'un des 29 pays du Programme MEDIA. Claude-Eric Poiroux souligne d'ailleurs que " le soutien ne sera pas réservé aux salles du réseau Europa Cinemas mais il sera accessible à toute salle projetant un film européen en numérique ". Pour éviter toute méprise, la projection numérique a été définie comme " la projection d'un film ou programme cinématographique européen d'une durée minimum de 60 minutes réalisée avec un projecteur intégrant la matrice DLP Cinema avec une résolution minimum de 2K ". Une période de tolérance est prévue pour les salles déjà équipées d'un projecteur 1,3 K type DP30. Par ailleurs, les films européens ont été définis dans les termes suivants : " longs et courts métrages de fiction, de documentaire ou d'animation, produits ou coproduits majoritairement par une ou plusieurs sociétés européennes et à la réalisation desquels ont contribué significativement des professionnels européens ". Les films pornographiques ou incitant à la violence sont bien sûr exclus du programme.

MEDIA et Europa Cinemas entendent aussi informer du mieux possible les exploitants. Il est donc prévu de publier des guides présentant la technologie numérique, son application dans les salles et les modèles économiques possibles. Le premier guide est publié à l'occasion du Festival de Cannes. Il porte sur la technique et s'intitule sobrement " Europa Cinemas Digital Guide ". Il est publié en français et en anglais et sera disponible sur le site Internet du réseau en allemand, italien et espagnol. Par ailleurs, le site d'Europa Cinemas proposera une rubrique spéciale consacrée à la projection numérique qui permettra d'en suivre l'actualité. Enfin, il convient de noter que des sessions d'informations ouvertes aux exploitants et aux distributeurs européens, aux institutions publiques et aux partenaires industriels seront organisées au niveau régional, national et européen. Europa Cinemas entend aussi faciliter la participation des exploitants à des réunions professionnelles et des stages de formation.

Europe introduces support measures for digital projection

Whilst certain exhibitors have been trying out digital projection in their film theatres, the MEDIA programme and Europa Cinemas have opted to introduce support measures for the development of this new technology by keeping industry professionals informed and supporting European films screened in this format.

Experience gleaned in France with *Saraband* had the advantage of proving that digital projection is not reserved merely to multiplexes or big-budget American productions. European cinema can also benefit from this new technology to ensure that films are screened more widely. In an uncertain setting when everyone in the film business is wondering whether it will be exhibitors or distributors who will be pushing ahead with transition from 35 mm to digital projection, Europe has chosen to introduce support measures for the second of these technologies. The MEDIA Programme and Europa Cinemas have thus decided to support European films screened in digital format and to inform exhibitors as fully as possible about this technology. Claude-Eric Poiroux nonetheless makes clear that "this is not about supporting digital equipment but rather about promoting screenings of films." He adds, "this measure dovetails entirely with Europa Cinemas' original remit."

Support will be based on a minimum number of screenings, namely 30 screenings for at least two European films. The upper limit is 20 € per screening, up to a maximum of 7, 500 € per year and per screen. A further provision stipulates that the film theatres eligible for funding must be located in one of the 29 countries participating in the MEDIA programme. Claude-Eric Poiroux underscores furthermore that "the support will not be restricted to film theatres in the Europa Cinemas network but will be available to any film theatre screening a European film in digital format." To avoid any misunderstandings, digital projection has been defined clearly as "screening a film or European cinema programme at least 60 minutes long with a projector employing the DLP Cinema matrix with a minimum resolution of 2K." A grace period is planned for film theatres already equipped with a 1.3 K DP30 type projector. Furthermore, European films have been defined as follows: "feature films, short films, documentaries or animations produced or co-produced mainly by one or more European companies and with a significant contribution to the production made by European film professionals." Pornographic films or films encouraging violence are of course excluded from the programme.

MEDIA and Europa Cinemas also intend to provide as much information as possible to exhibitors. Guides are to be published presenting digital technology, its use in film theatres and the possible economic models. The first guide will be published on the occasion of the Cannes Festival. It addresses technology-related issues and has the sober title "Europa Cinemas Digital Guide". It will appear in French and English and will be available on the network's website in German, Italian and Spanish. In addition, the Europa Cinemas site will propose a special section focussing on digital projection to provide up-to-the-minute coverage. A last point to note is that information sessions opened to European exhibitors and distributors, to public institutions and to industry partners will be organised regionally, nationally and at the European level. Europa Cinemas also plans to make it easier for exhibitors to take part in professional meetings and training courses.

Films européens : l'aide aux pays hors MEDIA a bien démarré

European films: successful launch of support to countries outside MEDIA

Fruit de la collaboration entre Europa Cinemas, la European Film Promotion et la Coordination des Festivals, le nouveau programme d'aide à la distribution et l'exploitation de films européens dans les pays hors MEDIA permet une circulation accrue des œuvres.

Près de 165 000 Euros ! C'est la somme que vient d'allouer Europa Cinemas à la distribution et l'exploitation de 17 longs-métrages européens dans quatre pays hors zone Europe : l'Argentine, le Brésil, le Chili et la Corée du Sud. Ce soutien économique s'inscrit dans le programme d'aide à la diffusion des œuvres européennes dans les territoires ne faisant pas partie du Programme MEDIA. Un soutien très ciblé qui ne s'obtient que sur présentation des factures. Europa Cinemas prend ainsi en charge 50% des frais de distribution avec un plafond de 10 000 € et verse 1000 € à l'exploitant sous certaines conditions : « Il faut que le film soit présent au moins deux semaines à l'affiche, avec un minimum de deux séances par jour, explique Fatima Djoumer, en charge de l'opération chez Europa Cinemas. L'exploitant touche alors un montant proportionnel à ses entrées pouvant atteindre 1000 € pour un film. » Ce nouveau système de financement incitant à une plus grande circulation des œuvres européennes à travers le monde fonctionne comme un mécanisme de stimulation du marché, devant conduire à plus de transparence dans la vie d'une œuvre. « C'est un projet pilote, reprend Claude-Eric Poiroux, directeur d'Europa Cinemas, nous sommes en pleine période expérimentale, mais qui sonne comme une étude globale in vivo des marchés hors Europe. A mon sens, c'est bien plus complet que n'importe quelle étude qui ne porte pas forcément ses fruits immédiatement. » Un programme d'envergure lancé par MEDIA et qui réunit deux autres organismes : la European Film Promotion (EFP) basée à Hambourg et la Coordination des Festivals située à Bruxelles. Ces deux derniers sont chargés de sélectionner les films qui pourront bénéficier du soutien économique lors de leur exploitation dans les pays tiers. Une sélection qui intervient lors des plus grands festivals du monde. « Ce programme vient en complément de toutes les actions d'EFP qui existent déjà, souligne Susanne Davis, en charge de cette action à EFP. Depuis 1997, de forts liens se sont tissés dans l'industrie dont des partenariats qui bénéficient pleinement à ce type de programme. Il y a une collaboration directe avec les festivals qu'EFP a choisi dans le cadre de ce programme : Sundance, Mar del Plata, Buenos Aires, Shangai, Toronto, Rio et Pusan. Je suis en contact permanent avec les vendeurs de films européens, principalement pour leur rappeler sans cesse l'existence de ce programme, mais aussi parce que EFP a inclus les deux gros festivals d'Amérique du Nord que



Buongiorno Notte

The new funding programme for distribution and exhibition of European films in countries outside MEDIA, which is the fruit of cooperation between Europa Cinemas, European Film Promotion and the European Film Festival Coordination Centre, allows films to be screened more widely.

Almost 165,000 €! That's the sum Europa Cinemas has just earmarked for distribution and exhibition of 17 European feature films in four countries outside Europe: Argentina, Brazil, Chile and South Korea. This economic assistance is part of the programme to support screening of European works in territories that are not part of the MEDIA programme. The funding is highly targeted and is only payable if invoices are submitted. Europa Cinemas takes on 50% of distribution costs up to a maximum of 10,000 € and pays 1000 € to the exhibitor, provided that certain conditions are met: "The film must be on the programme for at least two weeks, with a minimum of two screenings per day," explains Fatima Djoumer, who is in charge of running the scheme for Europa Cinemas. "In that case the exhibitor receives a sum proportional to admissions, which may be up to 1000 € per film." This new funding system promotes screening of European works in more cinemas around the world and functions as a market-stimulating mechanism, which should lead to greater transparency throughout the life of a film. "It's a pilot project," Claude-Eric Poiroux, General Director of Europa Cinemas, continues, "we're right in the middle of the experimental phase but it sounds like an in vivo global study of markets outside Europe. To my mind, it offers a much fuller picture than any simple study that does not necessarily bear fruit immediately." The large-scale programme was launched by MEDIA working in conjunction with two other bodies: European Film Promotion (EFP), based in Hamburg, and the European Film Festival Coordination Centre in Brussels. These two organisations have taken on the task of selecting the films eligible for funding for exhibition in third countries. They make their choice at the most important film festivals around the world. "This programme complements all of EFP's existing activities," stresses Susanne Davis, who's in charge of the scheme at EFP. "Since 1997, strong links have been formed in the film business, also with partners who benefit 100% from this type of programme. We have a direct cooperation scheme with the festivals that EFP has chosen in the context of this programme: Sundance, Mar del Plata, Buenos Aires, Shanghai, Toronto, Rio and Pusan. I'm constantly in touch with sales agents for European films, mainly to keep on reminding them that this programme exists, but also because EFP has included the two major festivals in North America, namely Sundance and Toronto." For Marie-José Carta, who's in charge of the scheme at the European Film Festival Coordination Centre, "it

sont Sundance et Toronto. » Pour Marie-José Carta, responsable de l'opération à la Coordination des Festivals, « il était particulièrement important de développer cette action sur les marchés tiers. Cette nouvelle orientation de la stratégie communautaire va dans le bon sens. » Et d'ajouter : « Ceci étant, ce n'est qu'une première étape. Il convient de pérenniser ce programme, de le développer et d'accroître ses moyens financiers pour arriver, à terme, à un impact encore plus significatif. Il faut aussi populariser le cinéma européen en favorisant au maximum sa circulation, en multipliant les échanges, afin d'en permettre la connaissance par les distributeurs, les exploitants de salle, les directeurs de festivals, les acheteurs... Il faut multiplier la présence d'acteurs connus dans les grandes capitales étrangères et s'assurer que leur présence est médiatisée. » Même constat pour Arnaud Pasquali, chargé du programme au sein de MEDIA : « Il n'y a pas de recette unique pour promouvoir le cinéma européen à travers le monde. Le programme mis en place vise à resserrer les liens entre les vendeurs de films européens et les distributeurs et exploitants locaux. Rencontrer ces distributeurs dans des gros marchés comme ceux de Cannes, Berlin ou Toronto n'est pas suffisant. Voyager régulièrement en Amérique du Sud et en Asie est essentiel pour comprendre les marchés locaux. » Pour Susanne Davis, « il est essentiel de maintenir le dialogue avec les vendeurs de films, de scruter les résultats de leurs films dans les festivals et discuter avec eux d'éventuels autres besoins. De plus, il est important de se tenir informé de la situation des films européens et locaux dans tous les territoires, y compris dans les marchés émergents que sont l'Amérique du Sud et l'Asie du Sud-Est. » La mise en place de ce programme est parti d'un constat alarmant : les œuvres européennes, qui ont parfois du mal à circuler au sein même des frontières de l'Europe, ont encore plus de difficulté à s'afficher dans les pays tiers. « Hors Europe, reprend Marie-José Carta, il suffit de se pencher sur les chiffres pour s'en convaincre, le cinéma européen est peu connu. Du côté des journalistes, des programmateurs de festivals, des cinéphiles, il a une bonne image, il est perçu comme une production culturelle de qualité. D'un point de vue strictement économique, il est considéré comme un produit peu rentable, à de rares exceptions près. C'est en cela que ce programme est important. A terme, la coopération entre Europa Cinemas, l'EFP et la Coordination - qui ont des rôles complémentaires - doit permettre de valoriser au maximum cette stratégie. » Une coopération qui ne doit pas se résoudre à un simple soutien financier mais qui doit montrer une envie réelle de la part de l'Europe pour exporter convenablement ses œuvres et par là même, une partie de sa culture. « Le Mexique, le Brésil, l'Argentine, la Corée et Hong-Kong ont été personnellement alertés de cette initiative, reprend Claude-Eric Poiroux. Ils ont envie de cinéma européen, et en même temps, ils ont besoin de voir aussi une motivation de notre côté. » Un système de réciprocité qui s'inscrit dans les lignes directrices de MEDIA. Comme l'explique Arnaud Pasquali, « les chiffres et les professionnels indiquent que le cinéma européen a connu de meilleures parts de marché. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a plus de place à prendre sur des territoires comme l'Amérique du Nord, du Sud et en Asie. Au contraire, il y a une demande pour d'autres films que ceux d'Hollywood ou les films nationaux, mais les professionnels locaux nous reprochent souvent de ne pas faire assez pour



The Edukators

was particularly important to develop this scheme for markets in third countries. This new thrust in the Community's strategy is really moving in the right direction." And she adds: "That being said, it's just the first step. We need to ensure the programme continues, to really build it up and to secure more funding so that ultimately it has an even greater impact. Another priority is to make European cinema more popular, by boosting screening so that films can be shown as widely as possible and to increase exchanges, so that distributors, exhibitors, festival directors and buyers become familiar with these works... We need more well-known actors to visit the major capitals abroad and should make sure there's good media coverage of their trips." Arnaud Pasquali, in charge of the programme for MEDIA, comments along the same lines: "There isn't a one-size-fits-all recipe for promoting European cinema around the world. The programme that's been set up aims to establish closer links between sales agents for European films and local distributors and exhibitors. It isn't enough to meet these distributors at the big markets, such as those in Cannes, Berlin or Toronto. It's crucial to travel regularly to South America and Asia to understand local markets." For Susanne Davis, "it's absolutely essential to maintain a dialogue with sales agents, to keep an eye on how their films have been doing at festivals and to discuss with them what else might perhaps be needed. In addition, it's important to keep up to date with how European and local films are performing in all territories, including emerging markets in South America and South-East Asia." This programme was set up in response to an alarming realisation: European films, which sometimes have trouble getting screened outside their domestic market even in Europe, encounter even more difficulties when it comes to finding their way onto screens in third countries. "Outside Europe," Marie-José Carta continues, "European cinema is not well-known, as becomes clear just by looking at the figures. Among journalists, festival programmers, film fans, European cinema has a positive image and is seen as a high-quality cultural product.

défendre les films qu'ils choisissent de distribuer. Ces derniers doivent faire face à deux problèmes majeurs : trouver des salles et obtenir suffisamment de budget de promotion. Avec le soutien de MEDIA, Europa Cinemas leur permet de résoudre tout ceci ! » Les réactions des distributeurs étrangers ne se sont pas faites attendre. Par exemple, Eugene Song, distributrice coréenne de Sponge Films, doit bénéficier très prochainement de l'aide pour la sortie de *The Edukators* prévue le 6 mai dans son pays. « J'ai découvert ce programme grâce à des collègues qui ont assisté à un séminaire à Pusan l'an dernier, explique t-elle. J'ai aussitôt contacté Fatima Djoumer par email en décembre. Et j'ai aussitôt reçu la confirmation du soutien qu'Europa Cinemas allait nous donner pour le film. Tout ce qu'il me reste à faire c'est d'envoyer les factures pour obtenir le soutien. » Selon elle, la perception des films européens est en train d'évoluer : « En Corée, dans les années 90, la situation s'est nettement dégradée pour la distribution de films européens. Mais, récemment, il y a comme un frémissement pour un regain d'intérêt. Le public semble vouloir autre chose que les films hollywoodiens et les films coréens. Forcément, ça nous met la puce à l'oreille et ça change nos politiques de distribution, à la recherche de nouveaux produits. » Et le programme vient à point nommé pour faciliter la circulation des films. « Ce programme est évidemment très bon pour la diffusion des films européens. Surtout en Corée où ces films ne sont pas aussi populaires auprès du grand public. Hormis quelques films français, allemands, espagnols et italiens, il n'y a presque rien. Je suis certaine que ce genre de programme va fonctionner à merveille. » Pour Ilda Santiago, directrice du Festival de Rio et distributrice/exploitante pour Estacao Virtual, les effets ont été immédiats : « Sans cette aide, je pense que je n'aurais pas acheté certains films. Je pense par exemple à *Son Frère* de Patrice Chéreau qui est un film magnifique, mais très difficile. Grâce au programme, j'ai pris le risque de le distribuer prochainement. » Elle ajoute : « Je distribue une quinzaine de films par an, et je dois bien réfléchir à chaque achat que je fais. Cette aide mise en place permet en outre de faire découvrir au public des perles rares. Comme *Buongiorno Notte* et *La Petite Lili* que j'ai déjà distribués et qui ont bien marché. »



La Petite Lili

In purely economic terms though, these films are considered to be unprofitable products, with some rare exceptions. That is why this programme is important. In the long term this cooperation between Europa Cinemas, EFP and the Coordination Centre – which have complementary roles – should allow us to make the best possible use of this strategy." This cooperation should go beyond merely offering financial support and demonstrate a real desire on the part of Europe to export its films under appropriate conditions, and in so doing to export a part of its culture. "Mexico, Brazil, Argentina, Korea and Hong Kong have been informed personally about this initiative," Claude-Eric Poiroux continues. "They are keen to have European films, yet at the same time need to see that we are motivated too." This system based on reciprocity dovetails neatly with MEDIA guidelines. As Arnaud Pasquali explains, "the figures and people from the film business tell us that European cinema has enjoyed a larger share of the market in the past. That doesn't mean there is no longer any ground to be gained in territories such as North and South America or Asia. On the contrary, demand does exist for films other than Hollywood or national films, but local film industry representatives often reproach us for not doing enough to support the films they choose to distribute. They have to face two major problems: finding film theatres and obtaining a large enough budget to promote films. With MEDIA's support, Europa Cinemas enables them to resolve these difficulties!" Foreign distributors have wasted no time in responding. For example, Eugene Song, Sponge Films' Korean distributor, will very soon be receiving funding for the Korean release of *The Edukators*, scheduled for 6 May. "I found out about this programme thanks to colleagues who took part in a seminar in Pusan last year", she explains. "I got in touch with Fatima Djoumer at once by e-mail in December. And I received immediate confirmation of the support Europa Cinemas would give us for the film. All I have to do now to receive the funding is send in the invoices." In her opinion, perceptions of European films are evolving. "The distribution situation for European films grew considerably more difficult in Korea in the 90s. Recently however a kind of shiver of renewed interest has run through the country. Audiences appear to want something other than Hollywood or Korean films. Of course, that's put a flea in our ear and changes our distribution policy, meaning we're looking for new products." And the programme has been specifically set up to facilitate widespread screening of films. "This programme is obviously very positive when it comes to disseminating European films. Especially in Korea, where these films are not so popular with mainstream audiences. There are almost no European films, with the exception of a few French, German, Spanish and Italian films. I'm sure that this kind of programme is going to be a great success". Ilda Santiago, director of the Rio Festival and a distributor/exhibitor for Estação Virtual, believes the programme has had an immediate impact: "Without this support I think there are some films I wouldn't have bought. I'm thinking for example of *His Brother* by Patrice Chéreau, which is a magnificent but very difficult film. Thanks to the programme, I'll be taking the risk and distributing it soon." She adds: " I distribute around fifteen films every year and I have to think carefully about each purchase. What's more, this new funding scheme also lets us give audiences a chance to discover rare gems. For example *Good Morning, Night* and *Little Lili*, which I have already distributed and which performed well."

Journée de l'Europe : les nouveaux supports de diffusion au cœur des discussions
Europe Day: new communication channels at the heart of the debate

Pour la troisième année consécutive, le Festival de Cannes et la Commission européenne invitent les Ministres européens de la Culture à participer à une journée de débats et de discussions sur la place du cinéma européen dans une société où l'information est immédiate et accessible sur de plus en plus de supports.

Le 17 mai 2005, le Festival de Cannes se met à l'heure européenne. La plus grande manifestation de cinéma au monde accueille en effet les Ministres de la Culture et de l'Audiovisuel des 25 pays membres qui monteront ensemble les marches du palais pour assister à la projection de *Joyeux Noël* de Christian Carion, une coproduction franco-allemande sur fond de première guerre mondiale avec Guillaume Canet (acteur réalisateur de *Mon idole*) et Daniel Brühl (acteur de *Goodbye Lenin !*).
Cette réunion exceptionnelle est aussi l'occasion de discussions fructueuses entre les responsables européens de la culture. Créée en 2003, la Journée de l'Europe est organisée par la Commission européenne en collaboration avec le Festival de Cannes. La première année, les discussions furent consacrées à la diversité culturelle dans le commerce international. Il s'agissait alors de savoir si les décisions relatives à la culture devaient être prises à l'unanimité ou à la majorité des pays membres. La question était d'autant plus importante en pleines négociations avec l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce). L'an dernier, les ministres ont abordé l'avenir du cinéma européen à travers les liens qui pourraient unir les écoles de cinéma à travers l'Union européenne. L'objectif était de réfléchir aux meilleurs moyens de former des cinéastes dont les œuvres pourraient s'exporter en dehors de leurs frontières. Pour cette troisième édition, les Ministres seront invités à débattre de la place du cinéma européen dans la société de l'information. Le sujet est plus que jamais d'actualité alors que la VOD (Video On Demand) se développe en Europe tout comme le cinéma en ligne. Du côté de la Commission européenne, le point de vue est clair : ces nouveaux modes de diffusion peuvent permettre une meilleure circulation des œuvres européennes sans pour autant concurrencer les salles. Les débats cannois porteront ainsi sur ces marchés en devenir qui ne doivent pas échapper au cinéma européen. La question ne pourra néanmoins pas être débattue sans mentionner les risques de piratage liés à la liberté de diffusion sur internet. Là encore, la Commission estime que les offres légales de films devront être suffisamment importantes pour éviter aux internautes la tentation de télécharger des films sur des sites pirates.
La Journée de l'Europe se déroulera en deux parties. Dans un premier temps, les Ministres se réuniront à la plage des Palmes. Cette matinée sera placée sous la présidence de Viviane Reding, Commissaire européenne à la Société de l'Information et des Médias et sous le patronage de Renaud Donnedieu de Vabres, Ministre de la Culture français. Des professionnels de l'audiovisuel (réalisateurs, producteurs, responsables de chaînes et de compagnies de télécoms) y seront aussi invités. Viviane Reding rendra ensuite compte de ces discussions lors d'une conférence de presse. Dans un deuxième temps, une rencontre se déroulera avec 15 représentants du cinéma et de l'audiovisuel en Europe qui réfléchiront à des stratégies communes. Une bonne opportunité pour les encourager à travailler ensemble.



For the third year in a row, the Cannes Film Festival and the European Commission have invited the European Ministers of Culture to participate in a day of debate and discussions on the role of European cinema in a society where information is available instantly in a growing number of media.

On May 17, 2005, the Cannes Festival will be ticking to European time. The world's largest film festival will be playing host to the Ministers of Culture and Audiovisual Affairs from the 25 member states. They will head up the steps of the Palais des Festivals together to attend the screening of *Merry Christmas* by Christian Carion, a Franco-German co-production set in World War I with Guillaume Canet (actor-director of *Whatever You Say*) and Daniel Brühl (actor in *Goodbye Lenin!*).
This extraordinary meeting will also provide an opportunity for fruitful discussions among European decision-makers in the field of culture. Europe Day, launched in 2003, is organised by the European Commission in cooperation with the Cannes Film Festival. In the first year, discussions concentrated on cultural diversity in international trade. The question at that time was whether decisions concerning culture should be taken unanimously or by a qualified majority of member states. The issue was particularly important because negotiations with the WTO (World Trade Organisation) were in full swing. Last year, ministers tackled the future of European cinema, focussing on the links that could be forged between film schools in the European Union. The aim was to think about the best way of training filmmakers whose work could be shown outside their own countries. For this third meeting, ministers will be called on to debate the role of European cinema in the information society. The subject is more topical than ever, as both VOD (Video On Demand) and online cinema are starting to spread across Europe. The European Commission takes a perfectly clear stance: these new means of dissemination allow European works to be shown more widely, yet without competing with film theatres. The debate in Cannes will thus focus on these emerging markets, where European cinema needs to establish its position. However, it is impossible to discuss this issue without mentioning the risk of illegal copying of works, which arises from the freedom to make films available on the Internet. On this point the Commission believes that a sufficiently large supply of films from legal sources should be made available so that surfers are not tempted to download films from pirate sites.
Europe Day will be in two parts. First of all, Ministers will meet on the Plage des Palmes. The morning session, under the patronage of Renaud Donnedieu de Vabres, French Minister of Culture, will be chaired by Viviane Reding, European Commissioner for the Information Society and the Media. Representatives from the audiovisual industry (directors, producers, heads of various TV broadcasting companies and telecommunication firms) will also be invited. Viviane Reding will then provide a briefing on the discussions at a press conference. In the second part of the day's proceedings, a meeting will be held with 15 representatives from the film and audiovisual sector in Europe to reflect on joint strategies. A good opportunity indeed to encourage them to work together.

Résultats 2004 : Le cinéma européen non national progresse dans le Réseau

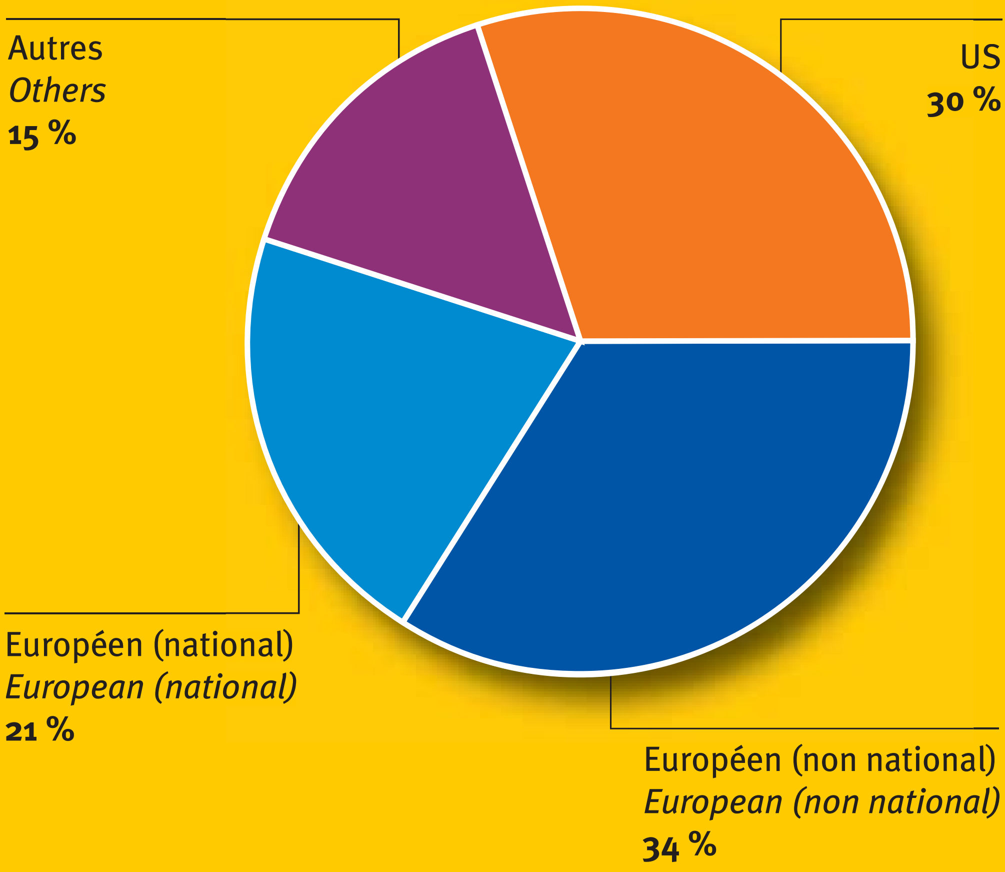
Top 50 des films européens (par entrées) / *Top 50 of European films (by admissions)*

Rang / *Rank*	Film	Réalisateur / *Director*
1	**Girl with a pearl earring** (GB/LU)	Peter Webber
2	**La Mala educación** (ES)	Pedro Almodovar
3	**Gegen die Wand** (DE/TR)	Fatih Akin
4	**Comme une image** (FR)	Agnès Jaoui
5	**Les Choristes** (FR/CH)	Christophe Barratier
6	**Die Geschichte vom weinenden Kamel** (DE/IT/MO)	Byambasuren Davaa / Luigi Falorni
7	**Monsieur Ibrahim et les fleurs du Coran** (FR)	François Dupeyron
8	**Goodbye Lenin** (DE)	Wolfgang Becker
9	**La meglio gioventù** (IT)	Marco Tullio Giordana
10	**Ae fond kiss** (GB)	Ken Loach
11	**Calendar girls** (GB)	Nigel Cole
12	**Deep blue** (GB)	Andy Byatt / Alastair Fothergill
13	**Schultze gets the blues** (DE)	Michael Schorr
14	**Zivot je cudo** (EU/FR/YU)	Emir Kusturica
15	**Die fetten Jahrhe sind vorbei** (DE)	Hans Weingartner
16	**Confidences trop intimes** (FR)	Patrice Leconte
17	**5X2** (FR)	François Ozon
18	**Salmer fra kjøkkenet** (EU/NO/SE)	Bent Hamer
19	**Bridget Jones: The Edge of Reason** (GB)	Beeban Kidron
20	**Rhythm Is It!** (DE)	Thomas Grube / Enrique Sanchez Lansch
21	**Agata e la tempesta** (IT)	Silvio Soldini
22	**Der Untergang** (DE)	Oliver Hirschbiegel
23	**The Dreamers** (FR/IT/GB)	Bernardo Bertolucci
24	**Mar adentro** (ES)	Alejandro Amenábar
25	**Muxmäuschenstill** (DE)	Marcus Mittermeier
26	**Balzac et la petite tailleuse chinoise** (FR/CN)	Dai Sijie
27	**Etre et avoir** (FR)	Nicolas Philibert
28	**Le chiavi di casa** (IT)	Gianni Amelio
29	**Uzak** (TR)	Nuri Bilge Ceylan
30	**Dogville** (DK/DE/IT/SE/FR/NO/NL/FI)	Lars von Trier
31	**Wilbur begår selvmord** (DK)	Lone Scherfig
32	**The Mother** (EU/GB)	Roger Michell
33	**Luther** (DE)	Eric Till
34	**Touching the void** (GB)	Kevin Macdonald
35	**Quand la mer monte** (EU/FR/BE)	Yolande Moreau / Gilles Porte
36	**La prophétie des grenouilles** (FR)	Jacques-Remy Girerd
37	**Les triplettes de Belleville** (FR/CA/BE/KR)	Sylvain Chomet
38	**Nathalie...** (FR)	Anne Fontaine
39	**Un long dimanche de fiançailles** (FR)	Jean-Pierre Jeunet
40	**Depuis qu'Otar est parti** (FR/BE)	Julie Bertucelli
41	**Mondovino** (FR/IT/US/AR)	Jonathan Nossiter
42	**Vera Drake** (GB/FR/ NZ)	Mike Leigh
43	**Non ti muovere** (IT/ES/GB)	Sergio Castellitto
44	**Te doy mis ojos** (ES)	Icíar Bollaín
45	**Exils** (FR)	Tony Gatlif
46	**Buongiorno, notte** (IT)	Marco Bellocchio
47	**Mi vida sin mi** (ES/CA)	Isabel Coixet
48	**Jeux d'enfants** (FR)	Yann Samuell
49	**L'Esquive** (FR)	Abdellatif Kechiche
50	**Brodeuses** (FR)	Éléonore Faucher

2004 RESULTS: NON NATIONAL EUROPEAN CINEMA INCREASES IN THE NETWORK

EUROPA CINEMAS NETWORK 2004

PRÉSENCE DES FILMS SUR LES ÉCRANS, PAR RÉGION D'ORIGINE (SÉANCES)
SHARE OF FILMS ON SCREENS, BY REGION OF ORIGIN (SCREENINGS)



PROGRESSION 2003-2004 : LA PART DES FILMS EUROPÉENS NON NATIONAUX A PROGRESSÉ DE 33% À 34%

2003-2004 INCREASE : THE SHARE OF EUROPEAN NON NATIONAL FILM HAVE INCREASED BY 33% TO 34%

NEWS

- **LA 10ÈME CONFÉRENCE D'EUROPA CINEMAS** se tiendra à Budapest fin novembre 2005, durant quatre jours. Comme les années précédentes, la première journée sera consacrée à des projections d'avant-première européennes. Les thèmes abordés lors des sessions suivantes concerneront notamment la diversité culturelle, le marketing des salles, la distribution et l'exploitation des films, le développement du cinéma numérique, et le jeune public.

- **"OUVRE LES YEUX" : 125 000 INTERNAUTES EN 2004**
L'édition 2004 du grand jeu du cinéma européen sur Internet dans le cadre des Netdays Europe 2004 et en partenariat avec le Ministère français de la Culture s'est achevée avec succès le 28 février dernier. 125 000 internautes ont participé et un tirage au sort a eu lieu le 31 mars pour attribuer les nombreux prix en jeu offerts par TV5 et les salles du réseau Europa Cinemas.
À noter cette année, la bonne participation des internautes des pays de l'élargissement et notamment des internautes polonais qui ont représenté plus de 10% des joueurs.

-**THE 10TH EUROPA CINEMAS CONFERENCE** will be held in Budapest at the end of November 2005 during four days. As in previous years, the first day will comprise preview screenings of European films. The topics addressed in the following sessions include cultural diversity, marketing for film theatres, film distribution and exhibition, the development of digital cinema and young audiences.

- **"OPEN YOUR EYES": 125,000 PARTICIPANTS IN 2004**
The 2004 round of the Internet-based great European cinema game, organised within the context of Netdays Europe 2004 in partnership with the French Ministry of Culture, ended successfully on 28 February. 125,000 Web users took part and a draw was held on 31 March to award the numerous prizes sponsored by TV5 and cinemas of the Europa Cinemas network. This year the high numbers of players from enlargement countries was striking, with Polish participants making up over 10% of the total.

Kaboul : Déjà un an de projections à l'Ariana !
Kabul: A year of screenings in the Ariana already!

Lors de la dernière Conférence d'Europa Cinemas, Hugues Dewavrin était venu présenter l'Ariana de Kaboul aux exploitants du réseau. Cette salle de 600 places à réouvert ses portes le 23 mai 2004 en présence du ministre de la Culture français, Renaud Donnedieu de Vabres.
Membre du réseau Europa Cinemas et bénéficiaire du soutien du Ministère des Affaires étrangères, elle propose de nombreux films français et européens, notamment grâce à la participation de l'ARP (société civile des Auteurs-Réalisateurs-Producteurs). Elle a ainsi présenté *Le Pacte des Loups, Jour de Fête* et *Les Triplettes de Belleville* au rythme de trois séances quotidiennes et a accueilli un festival du cinéma allemand. Le 8 mars dernier, elle a pris part à la Journée de la Femme. D'autres événements sont en préparation tels qu'une journée du cinéma russe et un festival de films pour enfants organisé par le Centre culturel français et le Goethe Institut. Il est également prévu d'augmenter le nombre de séances destinées aux femmes et aux familles.
Début 2005, l'association Un cinéma pour Kaboul a envoyé sur place une jeune française, Amélie Banzet, pour améliorer les conditions de présentation et de promotion des films. Les films sont ainsi traduits au moyen d'une voice-over et la promotion passe désormais par l'affichage et la diffusion de messages radiophoniques. Dans quelques mois, une responsable afghane devrait prendre le relais.
Il convient de souligner que les architectes Frédéric Namur et Jean-Marc Lalo, responsables de la rénovation de la salle, viennent d'être doublement honorés puisqu'ils ont reçu le Dubaï Award Architecture et qu'ils ont été faits chevaliers des Arts et Lettres par le ministre Renaud Donnedieu de Vabres, en présence de Claude Lelouch, président de l'association Un cinéma pour Kaboul, Michel Gomez, délégué général de l'ARP et du photographe Reza, président de l'ONG Aïna. Pour mémoire, l'ARP et Aïna sont membres fondateurs d'Un cinéma pour Kaboul aux côtés d'Europa Cinemas.



Ariana / Kaboul

At the last Europa Cinemas Conference, Hugues Dewavrin gave a presentation on the Ariana in Kabul to exhibitors from the network. This 600-seat film theatre opened its doors once again on 23 May 2004 with the French Minister of Culture, Renaud Donnedieu de Vabres, in attendance.
The film theatre, which is a member of the Europa Cinemas network and receives funding from the French Ministry of Foreign Affairs, shows numerous French and European films, thanks in particular to the involvement of ARP (the French trade association of screenwriters, producers and directors) in the project. It was therefore able to show *Brotherhood of the Wolf*, *The Big Day* and *The Triplets of Belleville* with three screenings per day, as well as hosting a German Film Festival. On March 8, the cinema participated in International Women's Day. Other events are in the pipeline, such as a day of Russian films and a film festival for children, organised by the French Cultural Centre and the Goethe Institut. There are also plans to increase the number of special screenings for women and families.
In early 2005, the association "A Cinema for Kabul" sent a young French woman, Amélie Banzet, to work on the spot to improve the way films are presented and promoted. The films are translated using voice-overs and posters as well as radio adverts are now used to promote the films. The plan is for Ms. Banzet to hand over to an Afghan woman in a few months time.
Another point that should be emphasised is that Frédéric Namur and Jean-Marc Lalo, the architects who supervised the Ariana's renovation, have been twice awarded: they received the Dubaï Award Architecture and have been made Knights of the Order of Arts and Letters during a ceremony held at the Ministry of Culture in Paris; among those attending were Claude Lelouch, President of "A Cinema for Kabul", Michel Gomez, director of ARP and the photographer Reza, President of the NGO Aïna. As you may recall, ARP and Aïna were founder members of "A Cinema for Kabul", together with Europa Cinemas.

Europa Cinemas is a network of film theatres supported by

MEDIA · Union Européenne · CNC · Euromed Audiovisuel · Eurimages · Ministère des Affaires Étrangères · Agence de la Francophonie